

Servicio y contribución al desarrollo del seguro caracterizan a SCOR GLOBAL LIFE en México



Realizó SCOR- México su Seminario Regional SCOR GLOBAL LIFE SE 2014

Encabezó el seminario Maurice Pault, Managing Director Latin America

Detallaron numerosas tendencias y estrategias en el Reaseguro de Personas

Reaseguro de Personas: Producto, distribución y tarificación.

Maurice Pault inauguró y asumió la dirección de la oficina de representación de SCOR en México en 2011 motivado por establecer un contacto más cercano con el mercado mexicano. Sin embargo, agregó, la oficina de SCOR con representación en México se diseñó para servir más allá de estrictamente el ámbito comercial. SCOR México está compuesto por un talentoso equipo actuarial y dos suscriptoras médicas, además de la parte comercial comandada por Mario Carrillo, que se han dado a la tarea de servir a clientes de muchos países de América Latina.

En opinión del directivo de SCOR México, el punto clave que detonó el desarrollo de esta organización fue que el cliente los percibe cercanos.



Al hablar de reaseguro de una manera fría, conceptual, seguramente encontraríamos escasas diferencias entre una compañía y otra; pero cuando a dicho concepto se le incluye valor agregado, desarrollo, cercanía con los clientes, espíritu de servicio o de perseguir el desarrollo tecnológico para asimismo contribuir a catapultar el desarrollo y eficiencia de nuestros clientes, entonces la palabra reaseguro adquiere totalmente otra dimensión y eso es lo que ofrecemos y tenemos en una corporación sólida como lo es SCOR GLOBAL LIFE.

Así entiende el reaseguro y su importancia para la industria aseguradora Maurice Pault, Managing Director Latin America de SCOR GLOBAL LIFE quien compartió y dio la bienvenida a clientes y amigos de aseguradoras que se dieron cita en el hotel Marriot de la ciudad de México para participar en el Seminario Regional SCOR GLOBAL LIFE SE 2014, denominado Novedades en





SCOR

Global Life

"Trabajar de esa manera nos hace compenetrarnos y sensibilizarnos mucho más con las necesidades de nuestros clientes y, por consiguiente, facilita mostrarles todo el potencial que SCOR GLOBAL LIFE tiene a su servicio".

El directivo de SCOR México enseguida habló de los retos que advierte para la organización en 2016. El primero de ellos, dijo, es a nivel compañía donde pretendemos un crecimiento anual de 6 por ciento. El otro es crecer alrededor de 20 por ciento en el mercado latinoamericano. Aquí cabe señalar que será mucho más difícil crecer significativamente en mercados maduros donde ya tenemos una posición de liderazgo tales como, Francia, varios países de Europa y Estados Unidos.

En SCOR tenemos una doble ventaja competitiva. Capacidad para respaldar los grandes negocios en el seguro de Daños y un servicio inmejorable para atender los montos asegurados en el seguro de Vida, los cuales son mucho más pequeños que en el de no Vida. En ese sentido,

la diferencia que tenemos nosotros en el reaseguramiento de Vida se podría definir más por la excelencia en el servicio que por la capacidad.

Por ejemplo, en un contrato de Vida por lo regular hay tres, cuatro o cinco tomadores de reaseguro. Ahí la capacidad no es un problema. Entonces, ¿cómo nos diferenciamos? Simple, se le llama servicio en materia de desarrollo de productos, publicaciones técnicas, seminario, cursos, capacitaciones, herramientas como el manual SOLEM (manual de suscripción), etcétera. Todo aquello que motive a un cliente a trabajar con nosotros.

Maurice Pault subrayó también que lo más importante para SCOR GLOBAL LIFE es establecer una relación fraternal y estrecha con la compañía de seguros, en donde las partes sepan que no solamente su interacción implica dar o asumir cierta parte de un riesgo, sino realmente establecer un diálogo constante entre la compañía de seguros y nosotros, a través de la cual conoceremos qué es lo que necesitan y nosotros ofrecer cómo los vamos a ayudar.



Si pudiera resumir el ideal de nuestro servicio sería el ayudar a las compañías de seguros a crecer y no solamente como reasegurador decir: yo te puedo tomar el 20 o 30 por ciento de tu contrato. Eso no implica mucho esfuerzo, es recibir primas, y pagar siniestros, y nuestra misión está más allá y es, reitero, ayudar a la compañía con servicio, desarrollando productos e innovando.

Durante el seminario, los asistentes conocieron las novedades de forma pormenorizada en materia de reaseguro de personas, distribución y tarificación de productos. Longevidad e invalidez, por ejemplo, fue uno de los temas que se desarrollaron en donde se advirtió la importancia de aterrizar y desarrollar productos para atender las necesidades de este mercado que acusa un crecimiento exponencial en todo el mundo.

Por otro lado abordaron el tema de la distribución, los nuevos canales, internet y redes sociales. Aquí los asistentes al seminario conocieron las tendencias que van más allá de los canales tradicionales de distribución y en los cuales la conformación del producto y la estrategia de servicio serán fundamentales para asegurar el éxito en el mercado.

La suscripción juega un papel fundamental para el rentable aseguramiento y reaseguramiento de los negocios. En una de las pláticas dedicaron una parte a la presentación de su innovador programa de evaluación de riesgos denominado SOLEM en donde la investigación, la experiencia y la comunicación hacen la combinación perfecta para delimitar y evaluar cada uno de los riesgos. Dicho sistema se le denominó un proyecto ambicioso y de amplio alcance.

El seminario que se llevó a cabo del 26 al 28 de mayo de 2014 tuvo entre su agenda expositores de talla internacional los cuales desarrollaron 15 temas de gran importancia y actualidad y al finalizar agasajaron a los ahí presentes con un paseo cultural a las Pirámides de Teotihuacán.

